Christopher Filisola

CÓMO CERRAR VENTAS

Vender es fácil
¡Aprende cómo!

CÓMO CERRAR VENTAS
Vender es fácil. ¡Aprende cómo!

www.ComoCerrarVentas.com

Primera edición: octubre 2015

ISBN: 978-607-00-9404-0

9 786070 094040

Envía tus comentarios sobre la edición y el contenido de este libro a:
libro@comocerrarventas.com

Contenido

Dedicatoria 4
Agradecimientos 5
Inicio 7
1. Creer es poder 9
2. El poder de tu sonrisa 18
3. Espejo 25
4. ¡Dilo 3 veces! 30
5. La Fórmula del Vendedor Estrella 39
6. Preparar el terreno 42
7. Primera impresión 47
8. Romper el hielo 50
9. Serie de preguntas 54
10. Romper el pacto 60
11. Presentación 66
12. Cerrar la venta 73
13. Seguimiento 82
14. Accesos oculares 85
Resumen 89
Acerca del autor 94

Dedicatoria

A dos grandes amantes de las ventas: mis padres. A quienes, gracias a su apoyo y amor incondicional, dedico cada uno de mis triunfos.

Agradecimientos

A ti, mi familia de apellido “Ventas”, te doy las gracias, ya que a lo largo de mi trayectoria como Vendedor Estrella y Director Ejecutivo, he contado con la fortuna y el privilegio de capacitarme y laborar a tu lado.

A ti, guerrero, que con tu *granito de arena* y talento, colaboraste para forjar extraordinarias empresas basadas en el código de la hermandad y la excelencia. Te agradezco toda tu confianza depositada en mí.

A ti, mi ex socio, que gracias a tu dedicación y esfuerzo, nos fue posible formar, guiar y orientar maravillosas empresas con tanto éxito. Mil gracias por todo tu

conocimiento compartido. Recuerda que "juntos o separados, ¡nos vemos en la cima!".

Agradezco a mi familia de sangre, a mi familia por elección, a mis amigos y a mis entrenadores, a todos ellos porque siempre han creído en mí, y me han ayudado en mi crecimiento constante y en la búsqueda continua para alcanzar la mejor versión de mi persona.

Y a ti, mi querido lector o lectora, por tu tiempo y entrega en esta obra, que con cariño he creado para ti.

"Seré tan grande como grande sea mi tribu"

Christopher Filisola

Inicio

Hace tiempo Sebastián “Tito” Filisola, un tío con quien tuve la dicha de vivir y convivir en la ciudad de Vancouver, me hizo saber que al igual que yo, compartía el mismo interés en la Superación Personal y las Ventas. Motivo por el cual me hizo una cordial invitación para regresar a Canadá y redactar juntos un libro.

Para suerte de ambos, no me hice el tiempo de ir hacia allá, y gracias a ello ahora cada quien cuenta con su propio libro narrado desde la vivencia de cada uno.

De otra manera seríamos coautores, y considero que hubiera sido un verdadero caos ponernos de acuerdo en cuanto a qué exponer y qué no exponer, qué palabras utilizar y cuáles no, de qué temas hablar y de

cuáles no. En cambio así, tú puedes leer esta obra que proviene desde mi experiencia y mi sentir, como desde el fondo de mi corazón.

En esta obra encontrarás un manual bastante completo, lleno de poderosas técnicas de Ventas y Negociación Sofisticada, Programación Neurolingüística, Risaterapia, Liderazgo y Superación Personal. Todas ellas trabajando en conjunto para ti, logrando convertirte en un verdadero vendedor de élite y obteniendo las más grandes recompensas, producto de tu esfuerzo y capacitación continua.

Cabe mencionar que el uso predominante del género masculino a lo largo del texto, responde exclusivamente a simplificar la redacción. Sin embargo, en este libro se les habla tanto a los hombres como a las mujeres.

Dicho esto, antes de iniciar con el primer capítulo, permíteme felicitarte por poner *manos a la obra* en ampliar tu conocimiento en cuanto a Ventas se refiere.

Recibe un fuerte aplauso de mi parte y mi más sincero reconocimiento. ¡Felicidades!

Capítulo 1

Creer es poder

A los 21 años cuando comencé a trabajar, prometí retirarme cuando cumpliera 30 años. Lo cual, ahora me doy cuenta que no fue una casualidad que haya decidido vender mi cuarta empresa y haber optado por tomarme un descanso indefinido a mis 30 años de edad.

Al ser un hombre a quien le gusta producir y no quedarse con los brazos cruzados, tomé la decisión de compartir mis conocimientos y experiencia adquirida, en cuanto a Ventas se refiere. Lo que conlleva a este primer aprendizaje:

“Lo que tú crees es lo que te hace sentir.
Y con base en cómo te sientes
es cómo te comportas”

Christopher Filisola

¿Qué quiero decir con esto?

Con gusto te lo explico de otra manera.

“Mis creencias determinan cómo me siento.
Y cómo me siento
determina mi comportamiento”

Christopher Filisola

Si tú le preguntas a una mujer de los Emiratos Árabes Unidos, si le afecta que su esposo lleve una mujer más a

la casa, yo te puedo responder con seguridad que no le afecta de la misma manera como le afecta a una mujer latinoamericana. Al contrario, puede que hasta te diga que “son bienvenidas un par de manos extra para la atención de su esposo y el cuidado del hogar”.

El Islam, que es la religión de los musulmanes, permite que un hombre tenga hasta cuatro esposas a la vez; mientras que la religión católica permite una sola esposa para cada hombre, ya que poseer más de una se considera adulterio.

Con base en las creencias religiosas de cada mujer, se manifiestan las diferencias emocionales que existen en cada una de ellas. El comportamiento de la mujer musulmana será distinto al de la mujer católica, cuando su marido le avise que tendrá una esposa más en casa.

Imagínate la *sacudida* que te acomodaría tu mujer latinoamericana si tan sólo le mencionas que piensas llevar otra mujer más a la casa. ¡Ja, ja! ¡Suerte con ello!

Creencias

↓

Emociones

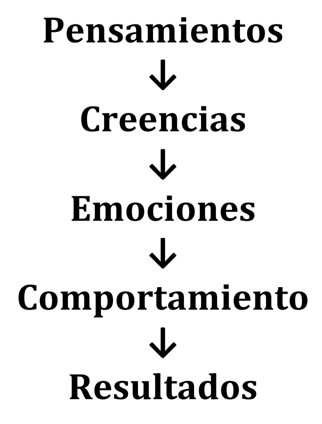
↓

Comportamiento

¿Cómo aplica esto en mi vida?

Fácil. Por el simple hecho de haberme decretado que dejaría de trabajar a mis 30 años de edad, mi Mente Subconsciente lo recibió como una orden directa del *alto mando*, o sea de mi Mente Consciente; y comenzó a trabajar con base en esa orden, haciendo todo lo posible para que así sucediera.

Aquel pensamiento instaló una creencia en mí, que me provocó un sentimiento. Éste, a su vez, me creó un comportamiento, y finalmente me generó un resultado.



Consiguió que me pusiera a trabajar lo más duro posible y logró que mi crecimiento fuera demasiado rápido

en comparación con el crecimiento de un hombre promedio, profesionalmente hablando.

Tantas juntas motivacionales por parte de la gente que se dedicó a entusiasmarnos a mis compañeros y a mí, en las diversas empresas en las que laboré en ese entonces, *rindieron muchos frutos*. Uno de ellos fue haberme convertido en un Vendedor Estrella, al que hasta la fecha no se le va un solo cliente sin que éste me deje dinero en el bolsillo.

A mis 24 años de edad ya era Director Ejecutivo de la que fue mi primera empresa, y dentro de otras funciones ahora me correspondía a mí motivar, empoderar y enseñar a mis vendedores los pasos para lograr resultados extraordinarios en tiempo récord. Para fortuna de todos ¡lo logramos! Nos posicionamos como los #1 en nuestro ramo. ¡Enhorabuena!

¿Qué aprendizaje me dejó?

Lo que he notado a lo largo de los años es que:

“Mis pensamientos
generan mis resultados”

Christopher Filisola

¿Cómo aplica esto en Ventas?

Muy sencillo. Para poder concretar una venta primero debes confiar y creer en que así será, y que le venderás al próximo prospecto. Siempre comienza creyendo en que lo convencerás. Sea cual sea tu misión irás por tu objetivo.

Así como yo, créete el mejor vendedor de tu empresa, de tu país, de tu continente y de este mundo. Créete el mejor porque lo eres y siempre lo serás, si tú realmente así lo crees. “Creer es poder”, así de sencillo.

Cada vez que me preguntan por dónde comenzar para convertirse en un Vendedor Estrella, mi respuesta es:

—Comienza por creértela tú.

“A menos que creas en ti mismo,
nadie lo hará,
éste es el consejo que conduce al éxito”

John D. Rockefeller

Créete un Vendedor Estrella. Si tú aún no te la crees, el prospecto menos te la va a creer. Así que comienza creyendo en ti y confía en que así es.

Sé tu mejor versión y compárate sólo contigo mismo. Al igual que una persona que asiste al gimnasio,

sólo compárate con tus propios resultados y nunca con los de alguien más. Si sólo te comparas con tu *yo* de ayer, te irás puliendo y superando día a día, hasta conseguir ser el #1. ¡Te lo garantizo!

"A la cima no se llega superando a los demás, sino superándose a sí mismo"

Anónimo

Te hablo de creerte el mejor y de que seas un Vendedor Estrella, pero a todo esto, ¿qué es un Vendedor Estrella?

También conocido como Cerrador de Ventas o *Closer*, un Vendedor Estrella es el artista que consigue concretar sus ventas de manera elegante, utilizando poderosas técnicas de persuasión y dominio del arte de hablar. Dichas técnicas de persuasión son también conocidas como técnicas de cierre.

En los siguientes capítulos te enseñaré las técnicas de cierre que debes dominar antes de conocer la Fórmula del Vendedor Estrella. Estas técnicas son: "El poder de tu sonrisa", "Espejo" y "¡Dilo 3 veces!".

Antes demos un repaso de lo aprendido en este capítulo:

Conociste cómo los pensamientos influyen en nuestros resultados, por lo que si llenas tu mente con pensamientos positivos, entonces lograrás resultados positivos.

Aprendiste que creerte el mejor provoca que actúes y te comportes como tal.

Al igual que un padre de familia que quiere ser mejor con sus hijos, éste debe comenzar por creérsela él mismo para terminar siendo un gran padre. Al creerse el mejor padre del mundo, la actitud y comportamiento positivos generados, envían una orden directa a su Mente Subconsciente que se convierte en una creencia, y ésta, a su vez, en un comportamiento arraigado, creándole el hábito de ser buen padre.

“Si crees que puedes,
ya estás a medio camino”

Theodore Roosevelt

Siempre recuerda que debes creer y confiar en que todo saldrá bien, ya que es fundamental en el pensamiento de todo Vendedor Estrella.

A continuación te explico el increíble poder que tiene tu sonrisa y descubre cómo generar la máxima empatía con el prospecto, ¡sin importar lo que digas!

Capítulo 2

El poder de tu sonrisa

"No importa lo que dices, sino ¡cómo lo dices!". Al comunicar cualquier idea con una sonrisa sincera, crearás instantáneamente empatía con quien tú desees. Tu sonrisa será básica y fundamental antes, durante y después de estar con el prospecto. Es un hábito

que deberás desarrollar si quieres que las probabilidades de éxito estén jugando siempre a tu favor.

¡Sonríe mucho! Te aconsejo siempre hablar, charlar, ligar, estar, escuchar y mantenerte con una sonrisa en tu rostro, estés con quien estés. Y no me refiero a una sonrisa falsa con los ojos bien abiertos donde parezcas psicópata que goza del sufrimiento ajeno. ¡No! Sino una sonrisa sincera y natural, con los ojos semiabiertos donde demuestres que eres amigable, de trato fácil, una persona segura de si misma y confiada de la situación.

Tu sonrisa siempre será bien recibida, incluso en momentos de formalidad.

Conforme avance la interacción con el prospecto, tu sonrisa cambiará. Claro, no siempre será igual, pero siempre será genuina, ¿OK?

El objetivo de tu sonrisa tiene varios propósitos. Identifica bien cuáles son:

1. Tu estado de ánimo se mantendrá alegre y positivo, lo que provocará que tus ademanes y pensamientos estén en un estado de emoción de “todo me va a salir muy bien”.

2. Harás que las personas se sientan bien a tu lado.

3. La primera impresión del prospecto será que eres una persona segura, alegre y competente.

4. Abrirás los canales de comunicación, los cuales serán el verdadero paso clave para que puedas entablar una conversación con el prospecto y continuar con tu interacción.

5. Al prospecto le contagiarás tu encanto y optimismo, lo que te ayudará a que te compre tu producto.

"Es más fácil obtener
lo que se desea con una sonrisa,
que con la punta de una espada"

William Shakespeare

Para lograr los propósitos antes mencionados, es importante reafirmarte que tu sonrisa siempre debe ser sincera. De otra manera te mostrarías como una persona falsa y *cero* auténtica; condición que jugaría en tu contra si no practicas primero tu sonrisa sincera ante un espejo, hasta volverla un hábito.

Te recomiendo ampliamente dominar tu sonrisa, ya que ésta te *abrirá las puertas* en todo momento y te ayudará de manera formidable en todos los propósitos que estén relacionados en tu interacción con las demás personas.

"La persona que no sabe sonreír no debe de abrir tienda"

Proverbio chino

El poder de tu sonrisa no tiene límites. Tu sonrisa te mantiene en un estado de ánimo positivo y te ayuda a crear más y mejores relaciones con los demás, que se traducirán en buenos resultados.

¿Quieres comprobarlo?

Haz este pequeño experimento para que constates el poder de tu sonrisa.

Quiero que te pongas de pie y levantes tus brazos como si acabaras de ganar un premio o un distintivo muy importante, y estuvieras celebrando; luego voltea hacia arriba y regálate una gran sonrisa.

¡Hazlo ahora! Ponte de pie y levanta los brazos como si acabaras de ganar lo más deseado en la vida, luego voltea hacia arriba y sonríe.

Ahora mi pregunta para ti es la siguiente:

¿Tienes alguna sensación negativa mientras mantienes tu sonrisa y la postura de festejo de haber ganado algo?

¡Por supuesto que no! Es prácticamente imposible que sientas cosas negativas, ya que tu cuerpo está acos-

tumbrado a que cuando tienes esta postura de celebración, es porque estás feliz por algo. En Programación Neurolingüística decimos que tu cuerpo está "anclado" a esta postura y lo relaciona con felicidad de manera automática.

¿Te gustaría conocer otra estrategia para *anclar* tu cuerpo y sentirte feliz y con mucha seguridad en el momento que tú lo requieras?

Bien, entonces busca una canción que te provoque un estallido de felicidad. Sí, esa canción que sin importar dónde o en qué situación te encuentres, te *saca* una sonrisa enorme.

Ahora bien, mientras escuchas esa canción, vas a hacer algún ademán, como chasquear los dedos repetidamente y moverte de un pie a otro. Te mantendrás sonriendo y repitiendo las siguientes frases, una y otra vez, hasta finalizar la canción.

Afirmaciones:

**"Soy grande. Soy invencible. Soy valiente.
Soy persistente. Soy líder. Soy resistencia.
Soy una persona auténtica. Soy perfectible.
Soy lo mejor. Soy sabiduría. Soy placer.
Soy una persona maravillosa. Soy éxito.
Soy armonía. Soy abundancia. Soy paciente.
Soy actitud. Soy firmeza. Soy congruente.
Soy ejemplo. Soy plenitud. Soy feliz.
Soy saludable. Soy pasión. Soy amor.
Soy inteligente. Soy Vendedor Estrella"**

Christopher Filisola

Estas afirmaciones te las dirás continuamente durante días hasta que se te formen una creencia.

Una vez formada esta creencia, tu cuerpo estará *anclado* para que cuando realices tu ademán, la sensación de felicidad y poder absoluto esté en ti. Incluso sin que escuches la canción ni te repitas las afirmaciones.

Tu ademán puede ser chasquear los dedos repetidamente, moviéndote de un pie a otro, o puedes elegir el ademán que te sea más cómodo.

Si quieres hablar en público, tan sólo bastará con que chasquees los dedos y te muevas de un pie a otro, para adoptar la sensación de seguridad y certeza en ti, antes de *entrar en escena.*

Sabiendo todo el poder que tiene tu sonrisa y sabiendo cómo *anclar* tu cuerpo, ahora conoce cómo crearle la sensación al prospecto de que te conoce desde hace mucho tiempo con la técnica “Espejo”.

Capítulo 3

Espejo

La técnica "Espejo" es una estrategia de Programación Neurolingüística mejor conocida como *Rapport,* y la utilizarás para lograr que el prospecto entre en sintonía contigo. Esto lo lograrás gracias a tu lenguaje corporal.

La principal ventaja de la técnica “Espejo” es que lograrás empatía con el prospecto, el cual tendrá la sensación de que te conoce desde hace mucho tiempo. Una sensación muy benéfica para ti, ya que le dará al prospecto la tranquilidad y confianza necesarias a la hora de hacer negocios e intercambios comerciales contigo.

¿Cómo realizarás la técnica “Espejo”?

Con un poco de práctica, será bastante sencillo. Para que entres en sintonía con el prospecto, lo que harás será copiar sus movimientos en forma de espejo. Por ejemplo, si el prospecto se encuentra sentado con su pierna derecha sobre su rodilla izquierda, tú te sentarás con tu pierna izquierda sobre tu rodilla derecha.

Si el prospecto se encuentra recargado totalmente en el respaldo de su silla, tú te recargarás por completo en el respaldo de tu silla.

Si el brazo derecho del prospecto está sobre su estómago y su brazo izquierdo sobre la mesa, tú colocarás tu brazo izquierdo sobre tu estomago y tu brazo derecho sobre la mesa.

Lo que harás será copiar la postura del prospecto como si fueras su espejo. Pero mucho ojo, esto no quiere decir que inmediatamente que el prospecto cambie su postura, al instante tú cambies la tuya. Tendrás que hacerlo de forma sutil, con elegancia, de manera natural para que pase desapercibida esta maniobra. Lo ideal es que realices dicho movimiento cada vez que comiences

a hablar. En ese momento será cuando adoptes la postura que tiene el prospecto.

La técnica "Espejo" puede que parezca muy descarada, sin embargo no lo es. Únicamente la Mente Subconsciente del prospecto recibirá la información, mientras que para su Mente Consciente pasará totalmente desapercibida.

Una de las señales que te indicará que el prospecto ya se encuentra en sintonía contigo, será cuando optes por hacer una nueva postura y el prospecto te imite de forma inconsciente.

Tu tarea de ahora en adelante, será practicar la técnica "Espejo" con todos tus conocidos, amigos, prospectos, familiares y todo aquel que se cruce en tu camino.

Notarás cómo la gente termina adoptando tu postura durante la interacción. Además percibirás en sus comentarios la sensación de tranquilidad y empatía ya que has *conectado* con ellos y han alcanzado dicha sintonía.

La técnica "Espejo" es una estrategia muy poderosa que si la practicas y la vuelves un hábito en tu vida, te generará grandes resultados a la hora de interactuar con las demás personas.

En resumen, sé el espejo del prospecto y éste terminará siendo tu espejo. Ten en cuenta que el prospecto también imita tu estado de ánimo. Así que si quie-

res que el prospecto esté feliz y abierto a nuevas ideas, comienza por imitarlo y éste terminará imitándote a ti.

A continuación te muestro la simulación de una conversación entre un comensal molesto y el gerente de un restaurante. Date cuenta cómo el gerente inicia comportándose de la misma manera que el comensal, con una actitud firme y de desaprobación, y cómo posteriormente el comensal se comporta como el gerente.

Comensal: ¡Señor Gerente, su mesero ya ha tardado mucho tiempo en traernos la cuenta! ¡Además se comportó muy grosero!

Gerente: ¡Esto no puede ser posible! ¡Esto no lo permito en mi restaurante! Veamos qué sucede con el mesero, ya que usted se merece un servicio de calidad y un trato de respeto.

Comensal: Gracias, señor Gerente. Usted sí me entiende.

Gerente: Nada que agradecer. Acompáñeme, por favor.

Comensal: Con gusto.

Gerente: ¿Qué pasó con la cuenta del señor? —le pregunta al capitán de meseros.

Gerente: Aquí tiene su cuenta, señor Comensal. Le ofrezco una disculpa por el retraso.

Comensal: No se preocupe, señor Gerente. Aquí tiene la propina. Muchas gracias.

El gerente comienza con una actitud similar a la del comensal, quien también actúa en un tono de autoridad; pero al finalizar, el gerente se comporta de una forma más humilde y provoca que el comensal se comporte de la misma manera.

¿Te das cuenta cómo la técnica "Espejo" no sólo aplica en tu lenguaje corporal, sino también en tu actitud?

Esto quiere decir que si después de haber imitado en un inicio al prospecto, posteriormente adoptas una actitud positiva, abierta, alegre y de empatía, el prospecto terminará adoptando una actitud similar a la tuya.

¡Aplica la técnica "Espejo" en todo momento!

Ahora bien, antes de avanzar con la Fórmula del Vendedor Estrella, quiero que conozcas cómo lograr la máxima claridad en tu comunicación con la técnica "¡Dilo 3 veces!" del siguiente capítulo.

Capítulo 4

¡Dilo 3 veces!

Para lograr la máxima claridad en tu comunicación, la técnica es la siguiente: "Di lo que vas a hacer, di lo que estás haciendo y di lo que hiciste".

Te la vuelvo a repetir para que se te grabe permanentemente *por los siglos de los siglos*, ya que consi-

dero es la técnica más importante de cualquier presentación.

"Di lo que vas a hacer,
di lo que estás haciendo y
di lo que hiciste"

Christopher Filisola

Si el prospecto comprende claramente las bondades de tu producto, ya tienes gigantescas posibilidades de que te compre, y tan sólo dependerá de las técnicas de cierre adicionales que apliques para concretar tu venta. Dichas técnicas las conocerás conforme avances en los capítulos siguientes de este libro.

Para ser más que claro en todo lo que expongas hacia los demás, siempre recuerda:

**“Di lo que vas a hacer,
di lo que estás haciendo y
di lo que hiciste”**

Christopher Filisola

¿Qué quiero decir con esto?

Me refiero a que vas a anticipar lo que va a pasar. Cuando esté sucediendo, vas a mencionar lo que está ocurriendo. Y por último, vas a comentar lo que sucedió.

¿Aún no queda claro?

No te preocupes. Te lo explico con el siguiente ejemplo:

Si un chico, al que llamaremos Pedrito, quiere salir con una chica, una muy buena manera de conseguirlo es utilizando la técnica antes mencionada. Pon toda tu atención para ver cómo aplica dicha técnica.

Pedrito al conocer a la chica, a quien llamaremos Juanita, le muestra su interés durante la conversación y le comunica algo tan determinado y directo como:

—Me gusta tu forma de ser y si te portas bien, saldremos muy pronto.

¡Wow! ¡Qué chico tan directo!, ¿verdad?

Pues bien, hasta este punto, lo más seguro es que Juanita no brinque a los brazos de Pedrito y le diga:

—¡Sí! ¡Sí! ¡Me encantaría salir contigo!

Eso lo sabemos muy bien. Pero tampoco se molestará, ya que Pedrito se lo ha dicho con una gran sonrisa y en un tono no tan serio.

¿Recuerdas el poder de tu sonrisa, donde "no importa lo que dices, sino ¡cómo lo dices!"?

Bien, ahora lo importante aquí es lo que Pedrito le subcomunica a la Mente Subconsciente de Juanita.

Pedrito al haberle dicho a Juanita: "Me gusta tu forma de ser", lo que le subcomunicó es que está interesado en ella. Y al haberle añadido al mensaje: "y si te portas bien", también le subcomunicó que Pedrito no es un chico fácil. Y que si a ella le interesa salir con él, le tendrá que echar ganas y poner de su parte. Dicho en otras palabras, Juanita tendrá que *invertirle* también.

Por último, al haberle mencionado al final del mensaje: "muy pronto", Pedrito le subcomunicó que es alguien a quien le interesan las cosas de manera rápida, por lo que Juanita lo interpretará con lo que su mente le dicte: ya sea que saldrán juntos "muy pronto", que serán novios "muy pronto" o que se besarán "muy pronto"; en fin, lo que a la mente de Juanita se le ocurra.

En concreto, Juanita le dará al mensaje la interpretación que más se adecúe con base en sus creencias.

Pedrito al haber sido un chico tan determinado y directo con lo que desea, al igual que lo es un Vendedor Estrella, le subcomunicó a Juanita que es alguien seguro, sin necesidad de aprobación o validación por parte de alguien más. Que es una persona confiada, además de honesta al haberle dicho lo que sentía sin rodeos y sin miedo a expresarle lo que deseaba.

Ahora dime, ¿qué mujer no quiere a un hombre seguro, decidido, confiado y sincero a su lado?

¿Crees que a Juanita le habrá creado curiosidad por saber más acerca de Pedrito?

¡Por supuesto que sí! Lo mismo sucede con el prospecto, y a esto se le llama “enganchar”. A estas alturas ya se ha creado un puente de interés en Juanita y lo único que requiere Pedrito es mantener dicho interés. ¡Y felices para siempre!

¿Cómo le harás tú para mantener dicho interés después de haber *enganchado* al prospecto?

Descúbrelo más adelante en el capítulo denominado “Presentación”.

Mientras tanto, quiero que regresemos a la parte donde Pedrito le dijo a Juanita:

—Me gusta tu forma de ser y si te portas bien, saldremos muy pronto.

¿Te das cuenta que ésta es la parte de la técnica donde Pedrito le “dijo lo que iba a hacer”?

Muy bien. Una vez que consigue salir con Juanita, Pedrito con su sonrisa característica de Vendedor Estrella, le menciona lo siguiente:

—Gracias a que te portaste bien, estamos disfrutando de esta tarde juntos.

Date cuenta cómo Pedrito continúa mostrándose seguro, confiado, honesto, decidido, directo y merecedor de ella.

Pedrito al creerse merecedor de Juanita, se comporta y actúa como tal, y le subcomunica precisamente eso, que es merecedor de ella.

**"Si quieres ser alguien,
compórtate como ese alguien"**

Christopher Filisola

De la técnica antes mencionada, aquí es donde Pedrito le "dice lo que está haciendo". Ahora date cuenta cómo le "dice lo que hizo".

Pedrito después de haber salido con Juanita, le hace saber con una sonrisa:

—Me alegro que te hayas portado bien y, por ende, hayamos salido. Me la pasé genial contigo. Sobre to-

do me encantó cuando me contaste el peor ridículo de tu vida. ¡Ja, ja!, ¡que risa!

En esta parte, lo que Pedrito le subcomunicó a Juanita es que se la pasa muy bien con ella, que le agrada escuchar acerca de su vida, que es una persona a quien le gusta divertirse y, a su vez, siguió mostrándose interesado en ella.

Pedrito aplicó la técnica de decir 3 veces el mensaje en distintos momentos y para un único propósito. En este ejemplo, le dijo que si se portaba bien, saldrían; que por haberse portado bien, están saliendo; y que gracias a que se portó bien, salieron.

Dicho en otras palabras, “dijo lo que iba a hacer, dijo lo que estaba haciendo y dijo lo que hizo”.

Con esta técnica, lo que Pedrito consiguió, al igual que tú lo conseguirás como Vendedor Estrella, es que el prospecto invierta y se sienta bien por ello.

¿Te das cuenta cómo aplica esta técnica?

Perfecto. Entonces te repito la mejor técnica para una presentación altamente efectiva.

**“Di lo que vas a hacer,
di lo que estás haciendo y
di lo que hiciste”**

Christopher Filisola

Como te habrás dado cuenta, las Ventas aplican en cualquier área de tu vida, y es por ello la importancia de aprender a persuadir al prospecto, ya que todo líder sabe *empujar* a quienes le rodean, y así invitarlos a una mejor calidad de vida. Este *empuje* es lo que los vendedores conocemos como “cierre”.

En resumen, viste la importancia de “decir lo que vas a hacer, decir lo que estás haciendo y decir lo que hiciste”.

Al “decir lo que vas a hacer”, estás *enganchando* al prospecto al mencionarle las bondades de tu producto.

Al “decir lo que estás haciendo”, estás creando mayor interés en el prospecto al explicarle cómo las bondades de tu producto se acomodan perfectamente a su estilo de vida.

Y al “decir lo que hiciste”, le das la tranquilidad al prospecto de haber tomado la mejor decisión, y se sentirá bien por ello.

Al "decir lo que vas a hacer, decir lo que estás haciendo y decir lo que hiciste" estás transmitiendo tu información durante 3 ocasiones.

¿Cómo crees que se te grabe y entiendas mejor cualquier información? ¿Cuándo alguien te la dice 3 veces y de 3 diferentes maneras o cuando sólo te la dice una sola vez?

Es lo mismo que cuando vas al cine a ver una película. Primero, antes de comprar los boletos, lees la sinopsis para ver de qué trata la película. Después, ves la película. Y por último, al salir de la sala, comentas con tu acompañante los puntos fuertes de la película. Para cuando has llegado a casa y alguien te pregunta de qué trató la película, sabes explicarlo perfectamente, así como cuáles fueron los momentos o escenas más sobresalientes de la misma, ¿cierto?

Lo mismo vas a lograr con el prospecto. Vas a hacer que la información se le grabe y la entienda a la perfección.

¿Crees que esto te ayudará en concretar tu venta?

¡Por supuesto que sí!

Aprendidas las técnicas "El poder de tu sonrisa", "Espejo" y "¡Dilo 3 veces!", es tiempo de que descubras la Fórmula del Vendedor Estrella.

Capítulo 5

La Fórmula del Vendedor Estrella

En este capítulo te menciono la fórmula de los 8 pasos que te harán subir tus estándares drásticamente, provocando que los prospectos te compren tu producto.

A diferencia de un simple vendedor que sale a vender dejando su destino al azar, sin un sistema ni un guión preparado, tú con esta fórmula obtendrás resultados extraordinarios que te darán una mejor calidad de vida, con altos ingresos y predecibles comisiones.

Es sumamente importante que realices todos y cada uno de los pasos mencionados a continuación, ya que si no llevas esta receta *al pie de la letra*, no queda bien hecho tu *pastel de chocolate*, ¿entendido?

Dicho esto, conoce la fórmula que logra que simples vendedores se conviertan en verdaderos maestros en el arte de cerrar una venta. Dichos maestros mejor conocidos como “Vendedores Estrella”.

La Fórmula del Vendedor Estrella:

1. **Preparar el terreno**
2. **Primera impresión**
3. **Romper el hielo**
4. **Serie de preguntas**
5. **Romper el pacto**
6. **Presentación**
7. **Cerrar la venta**
8. **Seguimiento**

Christopher Filisola

Al llevar a cabo todos y cada uno de los pasos antes mencionados, tu *pastel de chocolate* tendrá el sabor que estás buscando. Dicho en otras palabras, al seguir la fórmula en todos sus pasos y en el orden indicado, conseguirás que el prospecto compre tu producto y que además ¡se sienta bien por ello!

Conforme avances en los capítulos de este libro, aprenderás cómo utilizar cada uno de los pasos de esta fórmula.

En el capítulo siguiente, descubre el inicio de la Fórmula del Vendedor Estrella con el paso 1 denominado “Preparar el terreno”.

Capítulo 6

Preparar el terreno

Paso 1 de la Fórmula del Vendedor Estrella. Este paso lo desarrollarás antes de estar con el prospecto.

"Preparar el terreno" consiste en prepararte antes de salir a *atacar*. Corroborar que todo esté en el mejor orden posible y hacer que el mayor número de probabilidades de éxito estén jugando a tu favor.

¿Zapatos sin mancha alguna? ¿Ropa en su lugar, sin arrugas ni pelusas? ¿Fragancia puesta? ¿Peinado en perfecto orden? ¿Cejas peinadas? ¿Cara limpia?

¿Dientes sin comida? ¿Buen aliento? ¿Área de trabajo limpia y ordenada? ¿Material necesario a la mano?

¿Actitud positiva? ¿Creencia lista de "soy lo mejor y hoy voy a vender"? ¿Enfoque al cien por ciento? ¿Traje puesto de "me importa un carajo"?

¿Qué es el traje de "me importa un carajo"?

¡Es el más importante de todos! Lee bien en qué consiste.

El traje de "me importa un carajo" significa que desde que salgas de tu casa serás consciente de que no podrás planear tu día al cien por ciento, para que salga tan perfecto como lo desees. Por ende, quiere decir que siempre encontrarás retos para alcanzar tus objetivos. En este caso, para concretar tus ventas. Pero gracias a que traes puesto tu traje de "me importa un carajo", todos esos retos se te *resbalarán*.

En cada uno de estos retos que se te presenten, pensarás algo así como:

"Sabía que algo así podía suceder, es parte del show y se me resbala gracias a que traigo puesto mi traje de 'me importa un carajo'".

Encontrarás la forma de *brincar* esos obstáculos y saldrás adelante con tu mentalidad positiva que te caracteriza como Vendedor Estrella.

Al colocarte tu traje de "me importa un carajo", te olvidarás de los demás retos que tengas y te concentrarás única y exclusivamente en tu objetivo de ese momento, que es ¡vender!

"Éste es mi regalo.
Yo soy impermeable a la negatividad
como el pato con el agua.
Si no es positivo, no quiero oírlo.
Si puedes superar esto,
los combates son fáciles"

George Foreman

En el tiempo designado para tus ventas no podrás resolver los retos que te esperen en casa, así que en ese momento mantendrás tu concentración y enfoque sólo en concretar tus ventas.

Una vez alcanzado tu objetivo, podrás continuar posteriormente con tus actividades, responsabilidades u obligaciones que tengas en cualquier otro lugar. Ya sean en casa, con tu familia, con tu pareja, con tus amistades, o donde las tengas.

Al terminar de ver a todos tus prospectos del día, te realizarás una *limpia* de ideas negativas que te hayan

ocurrido. Las compartirás con un compañero de trabajo, las gritarás a solas en tu carro, te tomarás un momento a solas antes de entrar a casa, o como mejor se te ocurra, pero la idea es que *botes* todo lo malo antes de llegar con tus seres queridos.

A este proceso en Risaterapia lo conocemos como "la regadera". La idea es dejar lo malo atrás, para continuar con lo bueno.

"Mantén los retos de casa fuera del trabajo y los retos del trabajo fuera de casa"

Christopher Filisola

Recuerda que no existen problemas, tan sólo son retos u oportunidades para seguir avanzando en este juego de la vida.

Ahora bien, haciendo un breve resumen de este capítulo, puedes concluir que antes de entrar al *campo de batalla*, debes tener todo preparado para que las probabilidades de éxito jueguen siempre a tu favor, sin olvidar jamás portar tu traje de "me importa un carajo".

Además de realizar el proceso conocido como "la regadera", donde mantienes los retos de casa fuera del trabajo y los retos del trabajo fuera de casa.

Ahora que sabes perfectamente cómo “preparar el terreno”, continúa con la “primera impresión”, paso 2 de la Fórmula del Vendedor Estrella.

Capítulo 7

Primera impresión

¿Has escuchado el dicho que dice: "No hay segunda oportunidad para una primera impresión"?

Excelente. Pues de eso trata precisamente el paso 2 de la Fórmula del Vendedor Estrella. Cómo crear una excelente primera impresión con el prospecto.

Comenzarás por acercarte y saludar al prospecto. Posteriormente, después de un:

—Hola, ¿qué tal? Mucho gusto. Mi nombre es... ¿Cómo estás?

Inmediatamente después le vas a halagar algo al prospecto y preguntarle al respecto. Recuerda: siempre sonriendo.

Ten en cuenta que siempre es mejor que halagues alguna acción del prospecto en lugar de su persona.

Por ejemplo, en lugar de decir:

—Hola, ¿qué tal? Mucho gusto. Mi nombre es Christopher. Por cierto, me pareces una persona muy atractiva.

En lugar de eso, es mucho mejor halagar alguna acción del prospecto y decirle algo como:

—Hola, ¿qué tal? Mucho gusto. Mi nombre es Christopher. ¿Cómo estás? Por cierto, ¡qué bonitos zapatos! ¿Estrenando?

Otro buen ejemplo es:

—Hola, ¿qué tal? Mucho gusto. Mi nombre es Christopher. ¿Cómo estás? Por cierto, ¡qué precioso cinturón! ¿Es color negro o azul marino?

Otro ejemplo más es:

—Hola, ¿cómo estás? Mucho gusto. Mi nombre es Christopher y voy a ser tu anfitrión el día de hoy. Por cierto, ¡qué bonitos niños! ¿Cómo se llaman?

Aquí pon atención en tres cosas muy importantes:

1. Lo que estás halagando, en uno de los primeros ejemplos, es su buen gusto hacia sus zapatos. A su vez, le dices indirectamente que es alguien con higiene al mantener sus zapatos como si fueran nuevos. ¡Muy bien! ¡Dos halagos en uno!

2. La primera impresión del prospecto es que eres alguien cordial, de trato fácil, que observas los detalles y que, a su vez, tienen gustos en común.

3. Cuando colocas una pregunta después de tu halago, obligas al prospecto a interactuar y con eso ya estás *rompiendo el hielo*.

Al *romper el hielo* con el prospecto, ya estás entrando de forma inmediata al paso 3 de la Fórmula del Vendedor Estrella.

Antes de entrar de lleno con la explicación de cómo *romper el hielo*, quiero que veas cómo comienzan a unirse las piezas de este rompecabezas.

Al estar preparado desde antes de estar con el prospecto, te hace agarrar mucha seguridad y toda la confianza necesaria.

Al saludar al prospecto con una sonrisa, empatizas al instante.

Con una pregunta al final de tu halago, *rompes el hielo* de forma automática.

Ahora continúa con el capítulo siguiente donde aprenderás cómo *romper el hielo* de una manera muy natural.

Capítulo 8

Romper el hielo

Te presentas, saludas al prospecto, le preguntas cómo está, lo halagas, le haces una pregunta al respecto... ¿y luego?

¡Muy fácil! Ahora le preguntarás qué le parece el clima del día de hoy o si se encontró con mucho tráfico. Le preguntarás si encontró fácilmente un lugar en el

estacionamiento, o le preguntarás si tuvo dificultades para hallar la dirección de su cita. ¡Sé creativo! Le preguntarás para hacer la plática y *romper el hielo*.

Es importante aclararte que cuando *rompas el hielo*, no le preguntarás nada acerca de tu producto. No serás obvio en tus intenciones de vender. Te tomarás por lo menos un par de minutos para hablar acerca de cualquier otro tema que no sea tu producto.

Le harás ver al prospecto que te interesa conocerlo más a fondo. Cómo piensa, cuál es su punto de vista acerca de cierto tema, cuáles son sus gustos, etcétera. Insisto, ¡sé creativo!

Le harás saber también un poco acerca de tus gustos, qué piensas acerca del clima, qué lugar de estacionamiento encontraste, cómo le hiciste tú para hallar la dirección, en fin, lo que mejor se te ocurra. Interactuarás con el prospecto para que no parezca un interrogatorio de tu parte, sino una conversación que fluye entre ambos.

El propósito será mostrar interés de tu parte, darte a conocer un poco y tomar el control de las preguntas.

Quien pregunta tiene el control de toda conversación.

“Pregunta y toma el timón de toda conversación”

Christopher Filisola

Te repito, preguntarás, pero nada acerca de tu producto, por el momento. Preguntarás acerca de cualquier otro tema para mostrar tu interés y darte a conocer más.

El tema más importante siempre será él, y la palabra más importante para empatizar con el prospecto siempre será su nombre. Te grabarás su nombre y se lo repetirás cuantas veces puedas. Entre más ocasiones, mejor. A cada pregunta le mencionarás su nombre. Con esto seguirás mostrando interés y empatía.

Mientras platiques con el prospecto, harás amena la plática. Contarás algunos chistes que le provoquen una sonrisa constante. No serás tan cordial. Recuerda que al sonreír, no importa qué estás diciendo, sino ¡cómo lo estás diciendo! La intención es *romper el hielo* y entrar en confianza, ¿OK?

Muy bien, resumiendo el paso 3 de la Fórmula del Vendedor Estrella, puedes darte cuenta que es muy fácil *romper el hielo* con tan sólo hacer preguntas que no tengan que ver con tu producto. Teniendo presente en

todo momento, que quien hace las preguntas tiene el control de la conversación.

Incluir el nombre del prospecto en cada pregunta que realices, te ayuda a demostrar tu interés hacia él, al ver que recuerdas su nombre. Gracias a esto, creas empatía y generas confianza.

Sé ameno en tu conversación, esto provoca que el prospecto se la pase bien y quiera permanecer más tiempo contigo.

Y por último, ten en cuenta que tu sonrisa, actitud y estado de ánimo, dependen de ti y solamente de ti.

Con la información del siguiente capítulo, paso 4 de la Fórmula del Vendedor Estrella, te volverás un maestro de las preguntas. Averigua cómo.

Capítulo 9

Serie de preguntas

Hasta este punto, después de haberte presentado, haber *roto el hielo* y haber interactuado con el prospecto, éste ya debe tener muy claro tu nombre en su mente. Si no es así, ésta será tu última oportunidad de que se lo grabe de una vez por todas, antes de entrar a fondo con la serie de preguntas.

¿Por qué es importante que el prospecto sepa tu nombre antes de comenzar con la serie de preguntas?

Muy sencillo. Es bastante recomendable que el prospecto conozca tu nombre, sepa un poco de ti, esté en sintonía contigo y exista cierta confianza entre ustedes, ya que el tipo de preguntas que le realizarás son un tanto personales, y pueden llegar a causar cierta incomodidad si aún no has establecido dicha confianza.

O dime, ¿tú le confiarías tu información personal a alguien en quien no confías en lo más mínimo y ni siquiera sabes su nombre?

Por supuesto que no, ¿verdad? Lo mismo sucede con el prospecto. Así que para que reafirmes la confianza con el prospecto y le quede bien claro tu nombre, antes de comenzar con la serie de preguntas será muy importante que le reafirmes tu nombre y la intención de las preguntas. Esto lo lograrás con la técnica "¡Dilo 3 veces!", donde "dices lo que vas a hacer, dices lo que estás haciendo y dices lo que hiciste".

Por ejemplo:

—Bueno, antes que nada, te repito mi nombre. Mi nombre es Christopher Filisola y estoy aquí para asesorarte en cuanto a las dudas que tú tengas. Empecemos por...

Dicho esto, o algo similar, donde le repitas tu nombre y le digas el porqué estás ahí, comenzarás a resolver las inquietudes del prospecto. Todas las que ten-

ga. El propósito será disolver todas y cada una de sus dudas para no dejar *cabos sueltos* que permitan algún tipo de distracción o falta de atención por parte del prospecto a la hora de la presentación de tu producto.

Posteriormente, le anticiparás que le vas a hacer una serie de preguntas, las cuales abarcarán un poco acerca de sus datos generales (hijos, edades, ingresos, estado civil...), la forma en que acostumbra a... (viajar, ahorrar, adquirir, invertir, o lo que te interese saber) y algunas preguntas acerca de sus finanzas personales (ahorro, tarjetas bancarias, límites de crédito, saldos al día de hoy, deudas, compromisos...).

No le anticiparás lo que te escribí entre paréntesis. Tan sólo le dirás que le vas a realizar un estudio de mercado que abarcará algunos datos personales, la forma en que acostumbra a... y la manera en que le tratan sus bancos.

Le "dirás lo que vas a hacer" y le preguntarás si está de acuerdo.

Es crucial, para no dejar de empatizar con el prospecto, siempre pedirle permiso para realizar la serie de preguntas.

Realizarás la serie de preguntas que, ahora sí, tienen que ver con tu producto. Datos generales, preguntas estratégicas acerca de tu producto, finanzas actuales del prospecto; en fin, lo que consideres conveniente y

necesario para que a la hora de que le expongas tu producto, le hagas *un traje a la medida*.

En medio de la serie de preguntas, le “dirás lo que estás haciendo”, con seguridad y una sonrisa sincera. Por ejemplo:

—Como le dije, señor Prospecto, estas preguntas nos están ayudando para...

Al final de la serie de preguntas, le “dirás lo que hiciste”, para tranquilidad del prospecto:

—Como le dije en un principio, señor Prospecto, estas preguntas nos ayudan en...

A lo largo de la serie de preguntas, lo realizarás con doble pregunta. Por ejemplo:

—Dígame, señor Prospecto, ¿dónde fueron sus últimas vacaciones? ¿A dónde se fue a divertir la última vez?

Otro ejemplo:

—Señor Prospecto, sería tan amable de decirme el límite de crédito que maneja en su tarjeta y la fecha de vencimiento, por favor?

Otro ejemplo más:

—Me decía en un principio, señor Prospecto, que usted vive aquí cerca. ¿Vive en esta colonia o en alguna de alrededor?

El prospecto ya no sentirá las preguntas de forma tan invasiva, gracias a que le anticipaste que le ibas a realizar una serie de preguntas y la intención de las

mismas. Y si le anticipaste que también ibas a llenar un formulario, ¡qué mejor!, ahora podrás escribir esos datos que te ayudarán demasiado a la hora de debatir objeciones. He aquí la importancia de "decir lo que vas a hacer".

Además, el cerebro humano está acostumbrado para realizar una o máximo dos tareas a la vez, y si tú le realizas una sola pregunta al prospecto, su cerebro tiene la oportunidad de pensar en la respuesta a esa pregunta que le hiciste y en pensar en el porqué de tu pregunta. Lo que puede generar que te empiece a cuestionar el porqué de tus preguntas tan invasivas.

En cambio, si le realizas doble pregunta, aunque sea el mismo tipo de pregunta, su cerebro únicamente tendrá oportunidad de pensar en las dos respuestas a tus dos preguntas.

En resumen, para llevar a cabo este paso de la Fórmula del Vendedor Estrella, le anticipas al prospecto que le harás una serie de preguntas junto con alguna justificación del porqué de tus preguntas, y de qué temas tratarán. Esto quiere decir que le "dices lo que vas a hacer". Recuerda: con seguridad, con una sonrisa sincera en todo momento y sin olvidar copiar los movimientos del prospecto en forma de espejo.

Posteriormente, en el *inter* de las preguntas, le mencionas al prospecto el porqué de tus preguntas y el

objetivo de las mismas. Esto quiere decir que le "dices lo que estás haciendo".

Al concluir con la serie de preguntas, le dices al prospecto el porqué de las mismas. Esto quiere decir que le "dices lo que hiciste" y porqué lo hiciste.

Y recuerda realizar toda la serie de preguntas con la estrategia de la doble pregunta. Por ejemplo:

—Señor Prospecto, ¿hasta cuánto ascienden sus ingresos mensuales? ¿Cuánto es lo que usted gana en promedio al mes?

Con esto concluyo el capítulo "Serie de preguntas", no sin antes recomendarte ampliamente que la serie de preguntas ya las sepas perfectamente de memoria, o en su defecto que cuentes con un formulario con dichas preguntas y con el espacio suficiente para las respuestas del prospecto.

A continuación, conoce el paso más importante y crucial de la Fórmula del Vendedor Estrella: "Romper el pacto".

Capítulo 10

Romper el pacto

¡Wow! Ya te encuentras en el décimo capítulo de esta obra. ¡Vas súper bien! Te hago un reconocimiento y te lo recompenso con esta técnica que te garantizará cerrar todas y cada una de tus ventas, si aplicas "Romper el pacto" de forma correcta.

La mayoría de las personas tienen un pacto de no comprar lo que los vendedores les ofrezcan, ya que "a todo mundo nos encanta comprar pero no que nos vendan". Incluso hay matrimonios que al saber que escucharán una presentación de ventas, hacen un pacto entre ellos, el cual consiste en que "les muestren lo que les muestren, no van a comprar nada", ya que tienen otros gastos, deudas o compromisos ya adquiridos; y que tampoco se dejarán llevar por las emociones del momento, pues lo pensarán muy bien antes de tomar cualquier decisión.

Algunos otros prospectos ni siquiera quieren escuchar alguna presentación de ventas. Ya están cerrados de antemano a no querer nada en lo absoluto.

Tu tarea más importante será romper dicho pacto y lograr que el prospecto te escuche. La ventaja que tienes es que eres un Vendedor Estrella y el prospecto aún no lo sabe.

Piensa tan sólo un momento en que eres mejor que cualquier delantero de fútbol del mundo entero. Que jamás fallas un tiro penal, y que además pudieras hacer una apuesta con la persona que más te atrae, a la cual le dices:

—HOY voy a tirar un penalti. Si meto gol, tú me das un beso, pero si fallo, no me das nada y aparte te doy un regalo.

¿Propondrías esta apuesta sabiendo que eres lo mejor en cuanto a tiros de penal se refiere?

Bien, pues en “Romper el pacto”, paso 5 de la Fórmula del Vendedor Estrella, harás algo muy similar.

Le realizarás una propuesta al prospecto, la cual consiste en que si tú “metes gol”, él te comprará, pero si no “metes gol”, además de que no te comprará, le darás un regalo.

Te lo explico con el siguiente ejemplo:

—María, comprendo que el día de HOY no vienes acompañada de tu contador, ni de tu abogado ni de tu pareja. Sin embargo, HOY te voy a mostrar la mejor solución a todas y cada una de tus necesidades. Que no sólo te hará ahorrar mucho dinero, sino que además te dará la seguridad de siempre estar respaldada con lo mejor y lo más nuevo del mercado. Esto te dará la tranquilidad de siempre estar a la vanguardia y de contar con lo mejor de lo mejor, tanto para ti como para tu familia.

”El único favor que te pido por el día de HOY, es que me des ya sea un SÍ o un NO, pero no un NI.

”¿A qué me refiero con esto?

”Me refiero a que el día de HOY te explicaré en qué consisten mis servicios, y el único favor que te pido es que si este servicio realmente te gusta, cubre cada una de tus necesidades, se acomoda perfectamente a tu estilo de vida, se encuentra al alcance de tu bolsillo y es

realmente un producto cómodo, atractivo y súper accesible, te voy a pedir de favor que el día de HOY me des un SÍ.

”Ahora, si este producto por equis o ye razón no cubre tus necesidades, no te alcanza o simplemente no te gusta en lo más mínimo, quiero que de favor me des un NO. Pero el favor que sí te pido, es que no me vayas a dar un NI.

”¿A qué me refiero con un NI?

”Me refiero a que no lo vas a consultar NI con la almohada, NI con tu pareja, NI con el perro, NI con la vecina NI con alguien más.

”Quiero que por el día de HOY, ya que me encuentro en un cierre de promoción, tú me tomes una decisión, ya sea un SÍ o un NO, pero no un NI, ¿te parece bien, María?”.

En cuanto te dice que sí está de acuerdo, extiendes tu brazo y cierras este pequeño acuerdo con un ligero y, a la vez, firme apretón de manos.

Ahora, analiza los puntos clave de este ejemplo:

1. *Engancharás* al prospecto al mencionarle cómo las bondades de tu producto le ayudarán.

2. Al decirle que le explicarás en qué consisten tus servicios, le estarás “diciendo lo que vas a hacer”.

3. Le darás la tranquilidad de darte un NO como respuesta, al final de la presentación de tu producto. Lo que el prospecto no sabe es que tú eres un Vendedor

Estrella y que sabes muy bien cómo *darle la vuelta* a todas y cada una de las objeciones que te vaya a mencionar posteriormente. No sabe que eres una persona experta en cuanto a "tiros de penal" se refiere.

4. Al encajonarlo el día de HOY a decirte que tiene que darte una respuesta bajo el pretexto de que te encuentras en un cierre de promoción, o cualquier otra excusa que le quieras dar, le quitarás la más común de todas las objeciones, la cual es decir: "Lo voy a pensar".

5. Lograrás también que el prospecto te escuche. Al escucharte, te darás la oportunidad de enamorarlo con la presentación de tu producto.

El discurso pasado fue un ejemplo de cómo *romper el pacto* del prospecto. No es necesario que te memorices el ejemplo tal cual. Se trata de que lo ajustes a tu forma de ser y como mejor te convenga. Siempre logrando el objetivo de cada uno de los puntos que te acabo de mencionar.

Se trata de *romper el pacto* del prospecto y de despedazarle de una vez por todas, y antes de arrancar la presentación de tu producto, la objeción de decir: "Lo voy a pensar".

Le *matas* la objeción al prospecto mientras aún es pequeña. Es decir, la *atacas* antes de que sea demasiado tarde.

“Extermina a Godzilla mientras es un espermatozoide”

Carlos Carrera

Repasando este capítulo, te habrás dado cuenta que antes de hacer la presentación de tu producto, debes ir eliminando la objeción más común de toda la gente, que es decir: “Lo voy a pensar”.

A su vez, debes abrir la mente del prospecto para que te escuche. Esto lo logras dándole la opción de darte un NO como respuesta, al finalizar tu presentación.

“Romper el pacto” lo logras mencionando las bondades de tu producto y haciéndole ver al prospecto cómo se beneficia de las mismas.

Todo lo anterior, lo logras con la técnica del SÍ, NO, NI. Por medio de la cual le das la opción al prospecto de que te puede dar ya sea un SÍ o un NO como respuesta, pero jamás un NI.

En el siguiente capítulo, verás cómo realizar una presentación de manera que quede muy clara la información de tu producto, así como las bondades que éste le ofrece al prospecto y cómo dichas bondades le benefician.

Capítulo 11

Presentación

De aquí en adelante, a lo largo de toda la presentación, siempre asumirás que el prospecto quiere tu producto. Por ende, vas a exponer toda la presentación en tiempo futuro y no en tiempo condicional.

Por ejemplo:

—Con este beneficio que te brinda mi compañía, tú ESTARÁS ahorrando cada vez que lo utilices.

En lugar de que utilices la palabra “estarías”, vas a utilizar la palabra “estarás”.

Aunado a esta técnica, para ir dejando todo muy claro, además de ir persuadiendo y enganchando al prospecto poco a poco, también le realizarás mini preguntas de seguimiento durante toda la presentación.

Asintiendo con tu cabeza de arriba para abajo como diciendo “sí”, colocarás mini preguntas al final de cada frase, de manera que provoquen una respuesta afirmativa por parte del prospecto. Preguntas tales como: ¿verdad?, ¿si o no?, ¿no le parece?, ¿no cree?, ¿cierto?, ¿no es así?...

Algunos ejemplos de frases con mini preguntas son:

a) Me comentaste que algo así estabas buscando, ¿cierto?

b) Este beneficio está increíble, ¿verdad?

c) En color rojo se ve espectacular, ¿sí o no?

Dicho esto, ten en cuenta los 4 componentes que conforman a una buena presentación. Los cuales son:

1. ¿Quién eres, o a quién representas, y qué te distingue de tu competencia?

2. ¿Qué bondades ofrece tu producto y cómo éstas le benefician al prospecto?

3. ¿En qué consiste el más costoso de tus productos que mejor se adapta al prospecto?

Esta información ya la conoces gracias a la serie de preguntas que le realizaste al prospecto antes de la presentación.

4. ¿Cuál es el precio del producto que mejor se adapta al prospecto?

Si tu producto no es modificable, entonces muéstrale más de lo mismo. Es decir, muéstrale 10 "manzanas" en lugar de una.

Un error común de los vendedores novatos es mostrar algo pequeño o de bajo costo, "para no espantar al cliente". En Ventas no funciona así, funciona precisamente al revés. Si le muestras un solo producto al prospecto, no se llevará ninguno. En cambio, si le muestras 10 productos, por lo menos se llevará uno.

"Abre alto para que cierres en lo que quieres"

Christopher Filisola

Los 4 componentes de la presentación, mencionados con anterioridad en este capítulo, te los debes saber de memoria para poder decirlos al derecho y al revés.

Una vez concluida la presentación de tu producto, le preguntarás al prospecto lo siguiente:

—Olvidándonos de la parte de la inversión, ¿qué le agregarías o qué le quitarías al producto para que fuera el ideal para ti?

En particular, me gusta arrugar la hoja donde escribí el precio del producto y la coloco dentro de mi boca para causar risas y tranquilidad en el prospecto.

En la respuesta del prospecto te darás cuenta qué modificaciones desea. Y es en ese momento cuando el prospecto te hará saber sus dudas, por lo que obtendrás una extraordinaria oportunidad para volver a hacer la presentación, ahora de atrás para adelante. Te permitirá mencionar de nuevo cómo las bondades de tu producto le beneficiarán al prospecto y cómo éstas se acomodan a su estilo de vida.

¿Recuerdas que la información queda mejor grabada si la dices más de una vez?

Bien. Dicha la presentación de principio a fin, y viceversa, es hora de realizarle 3 preguntas finales al prospecto:

1. Quitando la parte de la inversión y dejando únicamente lo que es el producto, dime algo, ¿te gusta?

2. Si tú ya contaras con este producto, ¿cómo lo utilizarías?

3. Ahora sí, tomando en cuenta también la parte de la inversión, ¿de qué depende para que el día de HOY te quedes con mis servicios?

Tu objetivo será hacer que el prospecto te responda que “sí le gusta”, que “sí lo utilizaría” y que “tan sólo depende de las facilidades de pago de tu producto”.

Si el prospecto en ese momento no te ha dicho que “sí le gusta” y que “sí le interesa” tu producto, no podrás comenzar a cerrar realmente la venta, ya que el prospecto aún no está interesado. Es como si platicaras de planes de boda sin primero tener una relación de noviazgo. ¡Es inútil! Y sin importar el precio de tu producto, el prospecto no comprará en ese momento.

Lo que harás es seguir indagando hasta generar dicho interés.

Una vez logrado el interés del prospecto hacia tu producto, comenzarás con la primera de tus múltiples opciones de pago o financiamiento que consideres que más se adapta a él.

Una vez que concluyas esta explicación, comenzará el verdadero *estira y afloje* de las objeciones y el *regateo* de la inversión, tanto inicial como total.

Una vez comenzado este *estira y afloje*, habrás entrado en la verdadera parte del cierre.

En el capítulo siguiente te doy las objeciones que todos los prospectos mencionan, y aprenderás cómo *taparlas* para que concretes todas tus ventas.

Antes recapitula los pasos de la “Presentación”.

Primero haces una presentación de tu producto, en la cual:

1. Explicas quién eres y qué te distingue de tu competencia.

2. Qué bondades tiene tu producto y cómo éstas le beneficiarán al prospecto.

3. Muestras el producto que mejor se adapte al perfil del prospecto, sin preocuparte por el precio.

Que se preocupe el prospecto, que es quien lo va a pagar, mas no tú. Así que le muestras el producto de mayor inversión.

Y como último componente de la presentación:

4. Le mencionas al prospecto el costo de la inversión sin darle ninguna opción de pago o financiamiento todavía.

Concluida la presentación, le preguntas al prospecto qué le quitaría o qué le agregaría a tu producto para que fuera el ideal para él.

Vuelves a dar un resumen rápido de la presentación, ahora de atrás para adelante, mencionando cómo se adapta tu producto a las necesidades del prospecto. Toma en cuenta lo que te acaba de mencionar al haber respondido tu pregunta de qué le quitaría o qué le agregaría al producto para que fuera el ideal para él.

Posteriormente a este paso, realizas la primera de las 3 preguntas finales, donde el prospecto te menciona qué es lo que más le gusta de tu producto.

Después, realizas la segunda de las 3 preguntas finales, donde el prospecto te menciona cómo utilizaría tu producto.

Y realizas la tercera de las 3 preguntas finales, para saber de qué depende para que el prospecto se quede el día de HOY con tu producto.

Ya con el prospecto interesado en saber cómo puede pagar tu producto, le muestras una opción de pago.

En este punto el prospecto comienza a relucir sus verdaderas objeciones, las cuales aprenderás a debatir en el capítulo siguiente.

Capítulo 12

Cerrar la venta

Después de la presentación, muchos vendedores cometen el *crimen* de no saber cobrar. Les *tiemblan las piernas* a la hora de preguntarle al prospecto si lo quiere o no lo quiere. Y no es de extrañarse que les dé miedo realizar esta pregunta ya que quien lo pregunte de esa manera, siempre recibirá un rotundo “no” como

respuesta, por parte del prospecto. ¡Y tanto trabajo habrá sido en vano!

A continuación, conoce la técnica para ser atinado en tu forma de cobrar y asegurarte que tú mantengas la ventaja.

Inmediatamente después de que muestres cómo se paga tu producto, siempre finalizarás con un cierre de opción múltiple. Con este cierre le darás al prospecto dos opciones de tu producto, para que sí o sí se lo lleve.

Pongamos un ejemplo:

—Señor Prospecto, ya hemos platicado cómo las bondades de mi producto se acomodan perfectamente a su estilo de vida y a su bolsillo. Ya por último, sólo me resta preguntarle: ¿el contrato lo pongo a su nombre o a nombre de su esposa?

Otro ejemplo más es:

—Juan, veo que estás decidido por la versión automática. Ya por último dime, ¿prefieres tu automóvil en color rojo o en color azul?

Después de que hayas realizado el cierre de opción múltiple, si el prospecto no te objeta nada, ¡significa que ya cerraste tu venta! Y si te objeta algo, tan sólo será cuestión de trabajarlo un poco más.

A continuación te muestro las objeciones más comunes que los prospectos te mencionarán a lo largo de tu vida. Al parecer todos los prospectos leyeron el mismo manual de excusas, ya que siempre mencionan

las mismas objeciones. Afortunadamente para ti, tan sólo tienes que practicar las siguientes respuestas ¡y obtendrás por siempre el control de toda negociación!

"Regálame una tarjeta tuya y yo te llamo"

—Con gusto te regalo, no solamente una, sino todas las que quieras. Es más, sirve que me marcas y nos saludamos más adelante (¡sonríes!). Pero dime, hablando del producto, ¿de qué te sirve que me marques el día de mañana si ya no podré ofrecerte mis servicios? ¿Recuerdas que te dije que el día de HOY es el cierre de promoción?

"Si no hay urgencia, no hay venta"

Regla de oro en Ventas

"Tengo que pensarlo aunque sea un poco. Regreso(a) más tarde"

—Sí. Te entiendo. Necesitas aunque sea un par de minutos sin que esté yo, ¿verdad? (¡sonríes!). Vamos a hacer lo siguiente: en lo que voy por un regalo que tengo para ti, mientras date un tiempo para pensarlo y tomar una buena decisión. Y para que veas que sí regreso, te dejo mi reloj.

Inmediatamente le dejarás tu reloj y permitirás al prospecto estar a solas por un momento, desde donde puedas verlo. Y para cuando te llame es porque ya habrá preparado una nueva objeción.

Lo bueno es que eres experto en debatir objeciones, así que no te preocupes en que el prospecto prepare una nueva objeción, al contrario, lo que quieres es que se olvide de la objeción actual.

Si notas que no te llama y ya no está pensando en nada acerca del producto, te acercarás preguntando:

—¿Ya listo para tu regalo?

—¿Cuál regalo?

—Con gusto te platico de qué trata, pero primero dime, ¿qué pensaste acerca del producto?

El regalo que le obsequies podrá ser cualquier cosa, incluso un simple dibujo.

“Lo tengo que consultar con mi pareja”

—Comprendo. Sin embargo, ¿recuerdas que el único favor que te pedí en un principio fue que no me dieras un NI, ya que me encuentro en un cierre de promoción? ¿Y que no lo ibas a consultar NI con la almohada, NI con tu pareja, NI con el perro NI con alguien más? Dime, ¿qué tienes que consultar con tu pareja, es acerca de la inversión o de algo más?

"Lo tengo que consultar con mi pareja, ya que a mí no me alcanza"

—Comprendo. Sin embargo, el día de mañana ya no te puedo ofrecer mis servicios. ¿Recuerdas que el día de HOY es el cierre de promoción? Pero dime, sin tomar en cuenta los ingresos de tu pareja ni de alguien más, sino únicamente los tuyos, ¿qué tanto te afecta la inversión inicial del 1 al 10? ¿Un 4, un 8, un 2...?

Con base en el número que el prospecto te mencione, tendrás una idea más clara de en cuánto tendrás que volver a negociar. Y le dirás lo siguiente:

—No puedo bajar tanto el precio de mi producto, pero si tú haces un esfuerzo, yo también hago el mío, con base en la siguiente propuesta que te ofrezco...

"No me alcanza con el dinero que gano"

—Si este producto en lugar de tener este monto de inversión, únicamente tuvieras que invertir un solo peso, te lo llevarías el día de HOY?

—¡¿Un peso?!

—¡Sí! ¡Un solo peso!

—Sí. Sí me lo llevaría.

—¿Y si tuvieras que invertir 10 pesos?

—Sí. Sí me lo llevaría.

—¿E invertir 100?

—Sí.

—¿E invertir 1,000?

—Mmm... no, no lo creo.

—Dime, ¿qué cantidad diaria no te quita el pan ni los frijoles de la mesa? ¿Entre 15 y 20 pesos, entre 20 y 50 pesos o entre 50 y 100 pesos?

Multiplicarás la cantidad más alta del rango elegido por el prospecto por 30 días del mes, y el resultado lo multiplicarás por 12 meses del año. Esa será la cantidad anual que le cobrarás hasta completar la inversión de tu producto.

Veámoslo con este ejemplo:

$20 x 30 días x 12 meses = $7,200 x 5 años = $36,000.

Apréndete los rangos de precios que se acomoden a tu producto o plan de financiamiento.

Para complementar y justificar el costo de tu producto, podrás hacer algún intercambio con algo que te pueda ofrecer el prospecto. Por ejemplo, si es dueño de algún establecimiento de comida, intercambiarás parte de la inversión faltante de tu producto por cierto número de comidas o por algún cambio de aceite de tu carro, en caso de que el prospecto sea mecánico o algo similar.

No importa que no vayas a utilizar dicho servicio más adelante, tan sólo se trata de justificar la negociación para cerrar el trato el día de HOY. Además te servirá para que el prospecto vea que tú sí confías en sus servicios y que estás dispuesto a negociar.

“No puedo comprar porque tengo otros compromisos ya adquiridos”

—Sí, te entiendo. Así me ha pasado en algunas ocasiones. Sin embargo, siempre he encontrado la forma de quedarme con todo, gracias a que cuento con una mentalidad basada en la FE en lugar de estar basada en el MIEDO. Dime, ¿si te muestro una forma en la que no te afecte en lo más mínimo tus otros compromisos, te quedas el día de HOY con mis servicios?

Posteriormente a que te diga “sí”, como propuesta le podrás ofrecer que venda o rente parte del producto y obtener ganancias con el mismo. Con las cuales pagará la inversión y hasta le sobrará para lo que desee. Pero, para poder vender o rentar parte del producto, primero tendrá que ser dueño del mismo, o dicho en otras palabras, primero deberá comprarlo.

“Ya tengo un producto similar”

—Y pues ni modo de que tengas dos iguales, ¿verdad? (¡sonríes!). Aquí lo que voy a hacer, si me prometes que tu producto está en óptimas condiciones, y con tal de que pruebes mis servicios y te enamores de ellos, voy a adquirir el producto que ya tienes. Pero seamos sinceros, el tuyo ya no es nuevo, así que ¿en cuánto me lo vas a dejar?

De la cantidad que te mencione el prospecto, y después de *pelearle* un poco el precio, es lo que le vas a

descontar del costo de tu producto. He aquí la importancia de abrir alto el costo de tu producto para que puedas descontarle “2 manzanas” de las 10 que le estás ofreciendo.

“Ya estoy muy viejo para comprar”

—Recuerde que este producto no solamente le beneficia a usted, sino también a sus hijos y, por ende, a sus nietos. Pero lo primordial aquí, señor Prospecto, es ser consciente de que “no se deja de pedalear cuando se envejece, sino que se envejece cuando se deja de pedalear”. Así que dígame, señor Prospecto, piensa darse por vencido y dejar de pedalear, o prefiere seguir pedaleando y tomar acción el día de HOY?

“No se deja de pedalear cuando se envejece.
Se envejece cuando se deja de pedalear”

Albert Einstein

Al terminar de debatir cada una de las objeciones del prospecto, siempre cerrarás con una pregunta, así como lo muestra cualquiera de los ejemplos anteriores.

Recuerda que quien pregunta, tiene el control de la negociación.

“Pregunta y toma el timón de toda conversación”

Christopher Filisola

Capítulo 13

Seguimiento

Una de las claves más importantes para hacer que el prospecto se sienta bien por haber adquirido tu producto, será la atención que le brindes después de haber depositado su confianza en ti.

Cómo lo trates a partir de ahí, le hará saber si tomó una buena decisión o si se lamenta una vez más por

haber confiado en alguien que simplemente le habló *bonito*, y una vez que ya obtuvo lo que quiso, mostró su verdadera *cara*.

Un error típico de los vendedores comunes y corrientes es tratar de diferente manera al cliente una vez que ya ha "finalizado" su venta. Creyendo el vendedor inexperto que hasta ahí ha finalizado su trabajo, cuando no es así. Su verdadero trabajo sigue y seguirá por siempre.

¿Por siempre?

Sí, ¡por siempre!

No cometas el error de algunos meseros que una vez recibida su propina, se olvidan de su cliente. Para posteriormente cuestionarse por qué "sus clientes" ya no regresan.

El Vendedor Estrella siempre cumple *al pie de la letra* todos los pasos de la Fórmula del Vendedor Estrella. Incluyendo en todo momento el paso 8: "Seguimiento".

Ya sea por teléfono, en persona, por correo electrónico o cualquier otro medio, siempre tratarás a tu cliente con la mejor disposición y energía positiva, como el día en que le ofreciste tus servicios.

Siempre ten presente que el cliente es la persona más importante y sagrada en nuestra profesión llamada Ventas. Gracias a tus clientes obtienes: recomendaciones, experiencia, retos, comisiones, aprendizaje, ale-

grías, satisfacciones, anécdotas, estilo de vida, oportunidades y desarrollo.

Hasta aquí hemos concluido con la Fórmula del Vendedor Estrella.

La Fórmula del Vendedor Estrella:

1. **Preparar el terreno**
2. **Primera impresión**
3. **Romper el hielo**
4. **Serie de preguntas**
5. **Romper el pacto**
6. **Presentación**
7. **Cerrar la venta**
8. **Seguimiento**

Christopher Filisola

En el siguiente y último capítulo, te doy la poderosa técnica de Programación Neurolingüística conocida como "Accesos oculares".

¿Te gustaría reconocer en todo momento si tu cliente o prospecto te está inventando o no sus respuestas?

Capítulo 14

Accesos oculares

¿Sabías que con tan sólo observar a los ojos del prospecto podrás descubrir si te dice la verdad?

¡Así es! Cada que alguien nos realiza una pregunta, nuestros ojos realizan un movimiento involuntario, delatando lo que estamos pensando.

En Programación Neurolingüística existen 3 sistemas representacionales: el Visual, el Auditivo y el Cinestésico.

La modalidad Visual tiene que ver con todo lo relacionado con las imágenes. Pueden ser fotografías, paisajes, pinturas, recuerdos gráficos en nuestra memoria, símbolos, signos, etcétera. Te reitero, todo lo relacionado con imágenes.

Las personas diestras cada vez que accedan en su pensamiento a una imagen recordada, voltearán a ver hacia su lado superior izquierdo. Y cuando deseen crear alguna imagen que nunca han visto, sus ojos se dirigirán hacia su lado superior derecho.

La modalidad Auditiva hace referencia a todo lo relacionado con los sonidos: algún tono, una canción, un estruendo, alguna melodía y voces, entre otros.

Las personas diestras que accedan en su pensamiento a algún sonido o conversación almacenada en su memoria, voltearán a ver hacia su lado izquierdo. Y las personas que quieran crear en su mente algún sonido que nunca han escuchado, giraran sus ojos hacia su lado derecho.

Al proceso de recordar alguna conversación consigo mismos, se le conoce como "Diálogo Interno"; y sus ojos se tornarán hacia su lado inferior izquierdo.

La modalidad Cinestésica está relacionada con todo lo referente a las sensaciones, así como también al tacto, al gusto y al olfato.

Cuando a una persona diestra le preguntes acerca de cómo se sintió en cierta situación, sus ojos girarán hacia su lado inferior derecho.

Viendo de frente al prospecto, podrás deducir que cuando sus ojos apuntan hacia donde señalan las siguientes flechas, significarán lo descrito a continuación:

↖↖ VC   **VR ↗↗**
←← AC   **AR →→**
↙↙ C   **DI ↘↘**

VC: Visual Creado
VR: Visual Recordado
AC: Auditivo Creado
AR: Auditivo Recordado
C: Cinestésico
DI: Diálogo Interno

En caso de que la persona sea zurda, habitualmente será al revés.

Reiterándote que viendo de frente a la persona, podrás deducir con certeza que si el prospecto voltea

hacia tu lado derecho, te dice la verdad; a menos que sea una persona zurda.

Tu tarea de ahora en adelante, será observar a los ojos de la persona que tienes enfrente cada vez que responda a una pregunta, y reconocer en que acceso ocular se encuentra.

Ten en cuenta que de nada sirve la teoría sin la práctica.

“El conocimiento no es suficiente,
debemos aplicarlo.
El deseo no es suficiente,
debemos actuar”

Johann W. Goethe

Resumen

Siempre:

Sé agradecido.

Ama tu profesión y practícala en cada oportunidad.

Sé productivo.

Comparte tus conocimientos y experiencia para alcanzar la sabiduría.

Recuerda que lo que tú crees es lo que te hace sentir, y con base en cómo te sientes es cómo te comportas.

Piensa positivamente.

Confía y cree en que todo saldrá muy bien.

Visualízate como el mejor y en todo momento cree en ti.

Sé la mejor versión de tu persona día tras día, y compárate sólo contigo mismo.

Recuerda que no importa lo que dices, sino ¡cómo lo dices!

Habla, charla, liga y escucha con una sonrisa en tu rostro.

¡Sonríe!, incluso en momentos de formalidad, y siempre contagia tu encanto y optimismo.

Sonríe genuinamente.

Adopta sutilmente la postura del prospecto al hablar con él, sin olvidar en ese momento hacer la técnica “Espejo”.

Aplica la técnica “Espejo” incluso con tu actitud.

Di lo que vas a hacer, di lo que estás haciendo y di lo que hiciste.

Modela y compórtate como la persona que quieres ser y nunca olvides ser humilde ante todo.

Prepara el terreno.

Enfócate al cien por ciento, desde antes de interactuar con el prospecto.

Porta tu traje de “me importa un carajo”.

Bota lo malo del trabajo antes de llegar con tus seres queridos.

Mantén los retos de casa fuera del trabajo y los retos del trabajo fuera de casa.

Recuerda que existen retos u oportunidades para crecer, y que los problemas no existen.

Crea una buena primera impresión, halaga algo referente al prospecto y pregúntale al respecto.

Halaga la acción, mas no a la persona.

Rompe el hielo preguntando cualquier trivialidad, sin que tenga que ver con tu producto.

Pregunta y toma el control de la conversación.

Empatiza con el prospecto al llamarlo por su nombre.

Haz amenas tus pláticas.

Sé consciente de que tu sonrisa, actitud y estado de ánimo, dependen de ti y solamente de ti.

Haz que tu nombre sea recordado.

Resuelve cualquier duda o inquietud antes de realizar la serie de preguntas.

Haz doble pregunta a la hora de obtener cualquier información.

Memoriza la serie de preguntas y escribe las respuestas del prospecto.

Rompe el pacto con la estrategia del SÍ, NO, NI.

Concreta tus acuerdos con un apretón de manos.

Elimina desde un inicio la objeción de decir: “Lo voy a pensar”, antes de que sea demasiado tarde.

Asume que quieren tus servicios.

Haz que el prospecto te diga varias veces “sí”, colocando mini preguntas al final de tus frases (¿verdad?,

¿sí o no?, ¿no le parece?, ¿no cree?, ¿cierto?, ¿no es así?...).

La presentación debe ser encantadora y con gracia.

Agrega la palabra HOY cuantas veces puedas en la presentación.

Abre alto para que cierres en lo que quieres.

Pregunta si les gustan tus servicios, al final de la presentación.

Pregunta cómo utilizarían tus servicios, al final de la presentación.

Pregunta al prospecto de qué depende para que se quede el día de HOY con tus servicios, al final de la presentación.

Muestra cómo se paga tu producto hasta que veas interesado al prospecto. Nunca antes.

Pregunta qué le agregarían o qué le quitarían para que fuera su producto ideal.

Cobra el producto con el cierre de opción múltiple.

Recuerda que si no hay urgencia, no hay venta.

Justifica los descuentos que realices de tu producto.

Cierra el día de HOY.

Recuerda que el cliente es la persona más importante y sagrada en nuestra profesión llamada Ventas.

Atiende a tu cliente de maravillas, incluso después de haberte pagado.

. . .

Hasta aquí concluyo con esta obra. Compartir contigo este conocimiento ha sido un gran privilegio para mí. ¡Muchas gracias!

Me siento muy satisfecho por haber cumplido con mi parte. El resto depende de ti.

Atentamente, tu servidor y amigo,

Christopher Filisola

Acerca del autor

Christopher Filisola es un orgullo mexicano que nació en la Ciudad de México el 24 de diciembre de 1983. Además de ser el primer y único Reprogramador Físico Mental de habla hispana en el mundo, es el creador de la Fórmula del Vendedor Estrella.

Está certificado por el *Dey Research Institute* como Vendedor Profesional, y cuenta con un Master en Creación Digital.

Entre otras actividades, Christopher Filisola se ha entrenado en sargeo y ha estudiado en diversos entrenamientos transformacionales, vivenciales, de liderazgo, abundancia, desarrollo humano, semiología y educación financiera.

Ha recibido capacitación en Risaterapia para ser Médico de la Risa, y es Profesional con Licencia en Programación Neurolingüística.

Además de ser vegetariano y practicar el paracaidismo, Christopher Filisola es amante de la Superación Personal y considera que su camino por esta vida se rige con base en el siguiente pensamiento:

“Soy consciente del alcance y la influencia
que tengo en mí y en los demás.
Sé que mis acciones hablan más fuerte
que mis palabras.
Día a día apoyo a todo aquel que me rodea
con base en mi ejemplo.
Mi búsqueda constante está en
encontrar la mejor versión de mi persona.
Si he de juzgar y señalar,
me juzgo y me señalo sólo a mí.
Mi entrega, pasión y lucha
las mantengo al ser congruente
con lo que pienso, digo, siento y hago.
Sea cual sea la pregunta, AMOR es mi respuesta”

Christopher Filisola

Christopher Filisola considera que todos tenemos un talento y tan sólo es cuestión de que lo desarrollemos.

“Para acortar la distancia entre la gente y sus objetivos. Y tú, ¿por qué vendes?”

Christopher Filisola
